

SHAMELESS

TRABAJO FIN DE GRADO

GRADO EN BELLAS ARTES. UNIVERSIDAD DE SEVILLA

2016 - 2017

AUTOR: Antonio Jesús Alcaide Pérez

TRABAJO FIN DE GRADO
GRADO EN BELLAS ARTES
-UNIVERSIDAD DE SEVILLA-

2016/2017

TÍTULO: Shameless

AUTOR: Antonio Jesús Alcaide Pérez

TUTORA: Yolanda Spínola-Elías

Vo. Bo. DEL TUTOR:

ÍNDICE

Resumen	7
Palabras Clave	7
PARTE I: TRABAJOS ARTÍSTICOS	9
1. STATEMENT (Declaración de Artista)	11
PARTE II: DESARROLLO TEÓRICO	27
1. INTRODUCCIÓN	29
1.1. OBJETIVOS	31
<i>Teóricos</i>	31
<i>Artístico/profesionales</i>	31
2. IDENTIDAD	32
2.1. FALSA IDENTIDAD	32
<i>El retrato como forma de representar la identidad</i>	32
<i>Falsas imágenes generadas</i>	35
2.2. DOBLE IDENTIDAD	38
<i>El yo negado (maquillaje)</i>	38
<i>El yo oculto que florece</i>	40
<i>Doble yo</i>	42
3. CONTEXTO ESPACIO/TEMPORAL	45
PARTE III: PROPUESTA DE INTEGRACIÓN PROFESIONAL	49
Conclusiones	55
Bibliografía	57
Índice de Ilustraciones	61

Resumen

Hemos realizado este Trabajo de Fin de Grado con el objetivo de indagar sobre el concepto de **identidad**, centrándonos en el contexto actual, estudiando cómo se manifiesta y es distorsionada en el mundo de la noche aplicándolo al **retrato**. Abordamos para ello la falsa identidad, la doble identidad, y el contexto espacio/temporal en el que nos situamos.

Para analizar cómo nuestra forma de actuar se refleja en el retrato, hemos seguido un doble sistema metodológico, inductivo y comparativo. Con él, realizamos un recorrido a través del arte contemporáneo apoyándonos en el análisis de distintas obras, seleccionadas por su representatividad en relación con la identidad. Las comparamos con las que nosotros mismos aportamos y, a su vez, estudiamos los cambios que se han producido en nuestras relaciones sociales en los últimos años.

Todo ello nos ha hecho llegar a la conclusión de que en la sociedad actual la apariencia de las imágenes prevalece en muchos casos sobre la integridad de las personas, dando origen a problemas como la egolatría o la frivolidad. Pero no todas sus causas dentro de esta época son perjudiciales, pues su llegada también nos ha proporcionado nuevas oportunidades laborales, como son todas las relacionadas con el campo audiovisual, marketing o publicidad, de las que pretendemos sacar provecho en un futuro.

Palabras Clave

Arte, Frivolidad, Doble/ falsa Identidad, Máscara, No vergüenza, Noche, Redes sociales.

PARTE I: TRABAJOS ARTÍSTICOS

1. STATEMENT (Declaración de Artista)

Me describo como joven y aún inexperto artista. Cada estímulo que me rodea causa en mí sensaciones únicas y atrayentes que trato de plasmar sobre el soporte, ya sea papel, lienzo o digital. Acorde con el complicado momento actual y con mis pensamientos y aficiones, no podría hacer un arte distinto al que produzco, en el que sustituyo la creación reivindicativa por un fin evasivo. Indago sobre estas mismas distracciones o inquietudes de la juventud contemporánea: vivir el aquí y ahora, la diversión, el baile, la luz, el movimiento, esa frivolidad que observo al querer compartir su supuesta felicidad con sus seguidores en las redes. Estos son temas en continuo proceso de cambio, como las propias personas, como la propia vida, como el propio Arte.





APORTACIÓN 1

Antonio Jesús Alcaide Pérez

“El Disfraz de la Noche”

Performance y *bodypainting* con acrílico fluorado

2016

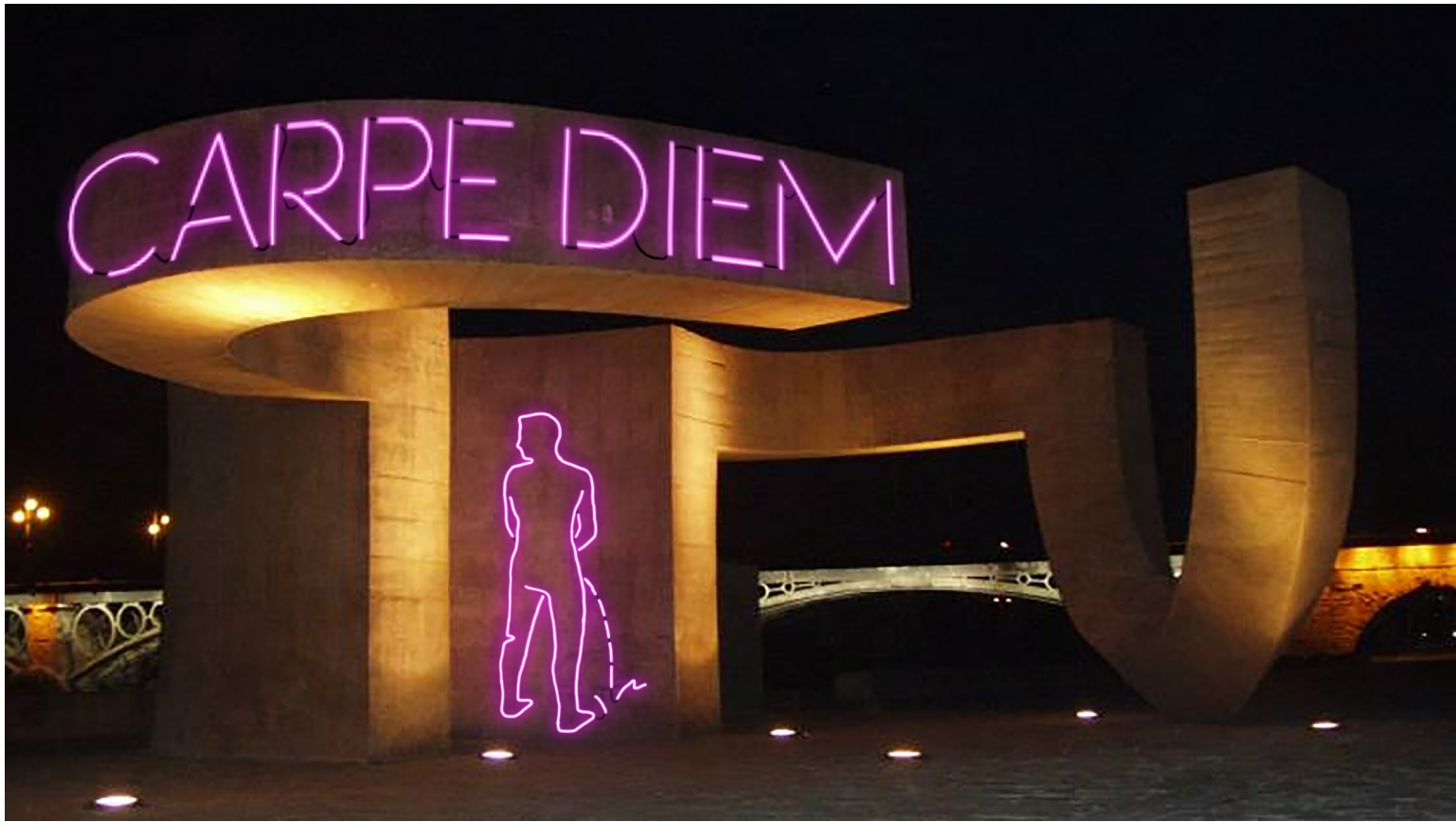
Medidas variables











APORTACIÓN 2

Antonio Jesús Alcaide Pérez

“Desenfreno”

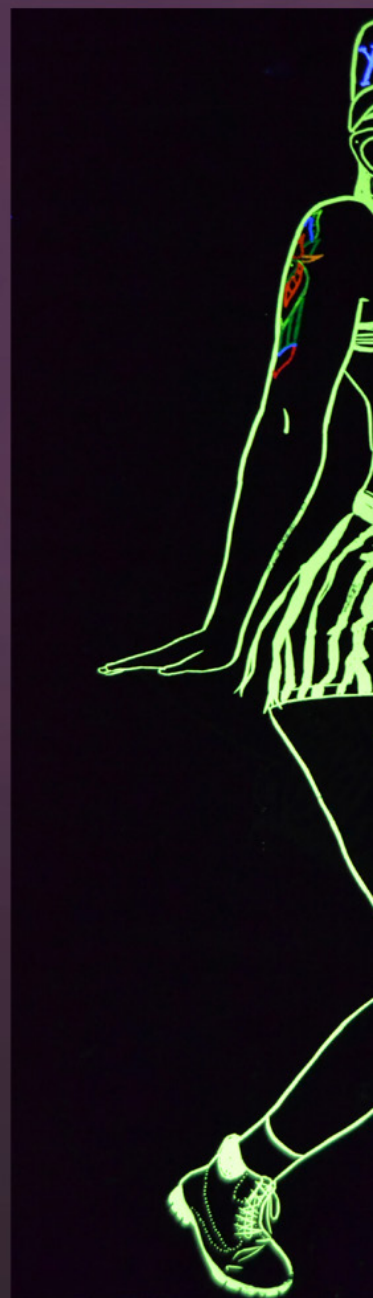
Videocreación. Montajes de intervención en el espacio público

2016

800 x 450 píxeles



Enlace web para ver la obra videográfica:
<http://esculturaantonioalcaide.tumblr.com/post/146018430060/shameless-intervención-escultórica-en-el>



APORTACIÓN 3

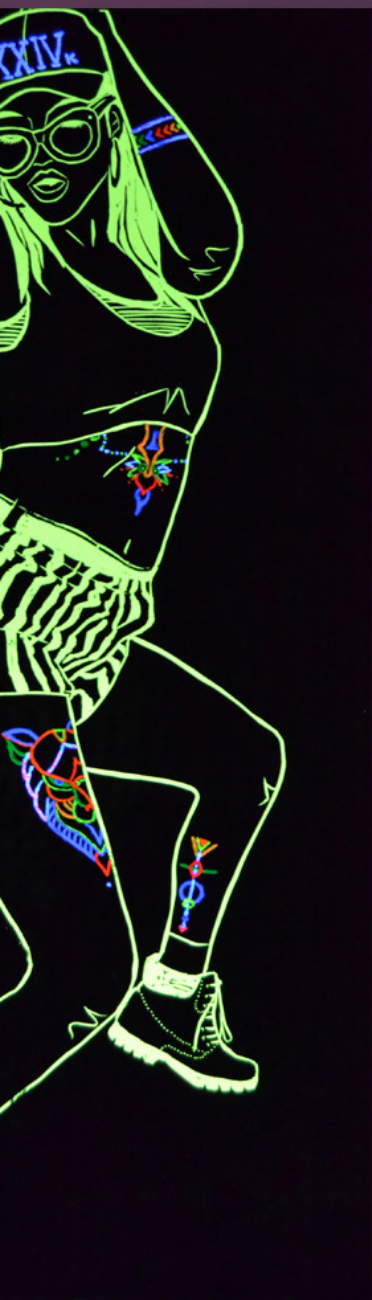
Antonio Jesús Alcaide Pérez

"Shameless"

Linograbado sobre cartulina fluorescente intervenido con pintura acrílica flúor
2017

60 x 40 cm cada estampa

Creación Abierta en Grabado (4º curso)



APORTACIÓN 4

Antonio Jesús Alcaide Pérez

"Dance"

Spray acrílico sobre tabla

2017

116'5 x 73 cm

Creación Abierta en Pintura (4º curso)





APORTACIÓN 5

Antonio Jesús Alcaide Pérez

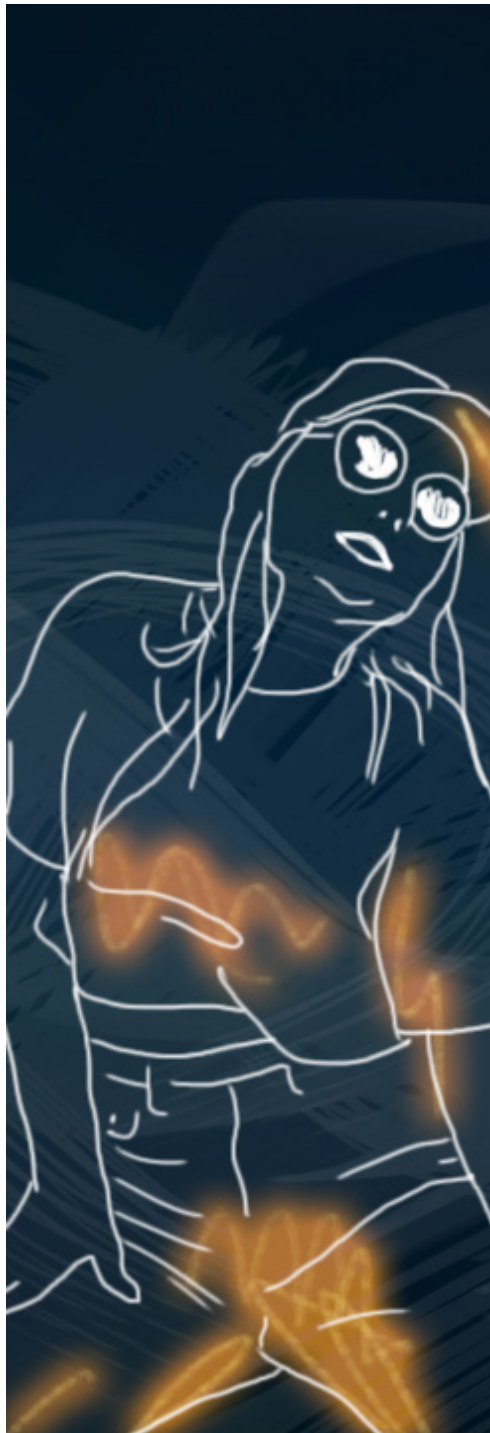
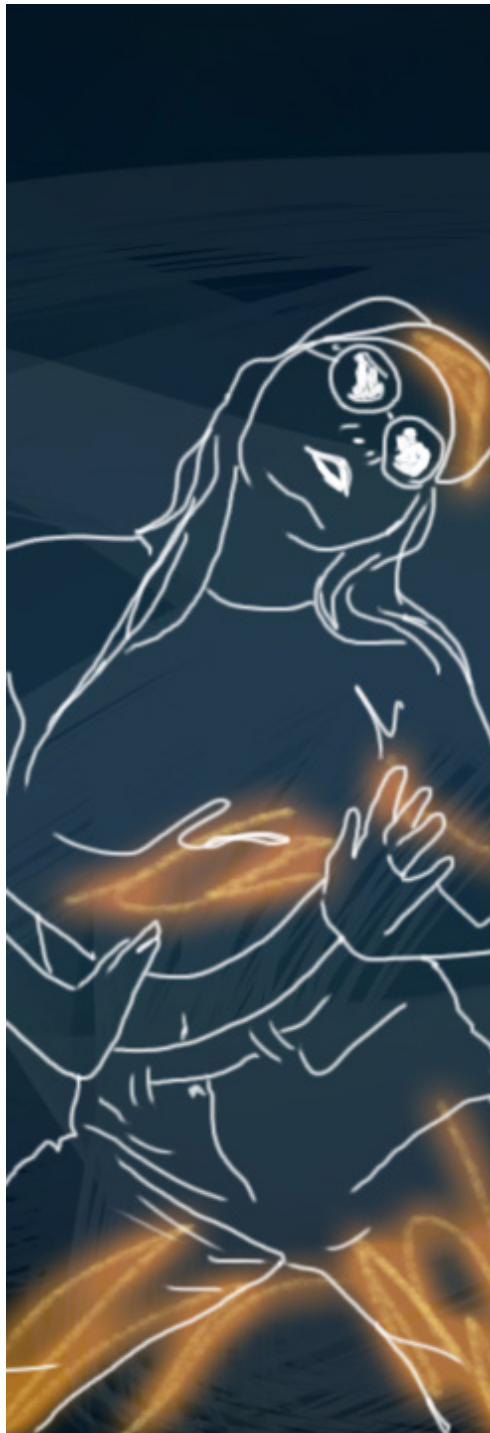
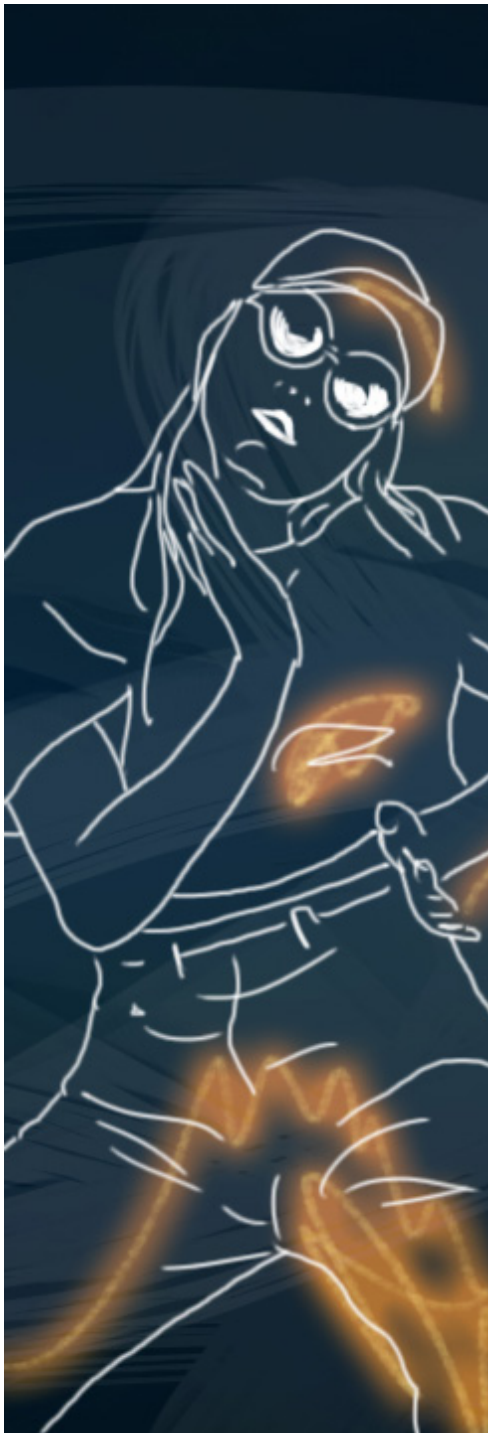
“Archivados”

Videocreación. Serie de 10 gifs

2016

1280 x 720 píxeles

Enlace web para ver la obra videográfica: <http://digitalantonioalcaide.tumblr.com/post/146018182738>



PARTE II: DESARROLLO TEÓRICO

1. INTRODUCCIÓN

Nos adentramos en este Trabajo de Fin de Grado con el objetivo de responder a la reflexión: ¿Qué de cierto tienen las imágenes que vemos de las personas?. Bajo el deseo por conocer, entender y conectar con la persona que se encuentra al otro lado de la pantalla, en una sociedad en la que prevalecen las apariencias sobre la realidad, pretendemos hacer conciencia de esta problemática, trabajándola desde un punto de vista personal y gracias al poder reivindicativo que nos ofrece el arte.

Esta incógnita ya se la formuló Warhol (1928- 1987) cuando confesó que le encantaría ser capaz de saber cualquier cosa acerca de una persona tan sólo con verla en la televisión (Warhol, 1993: 88). En nuestro caso, su afirmación es llevada al contexto actual y tratada con experiencias vividas en primera persona. Para ello, hemos aplicado una doble metodología inductiva y comparativa, haciendo un recorrido de obras realizadas por artistas contemporáneos desde las que analizamos los puntos en común que mantienen con nuestro discurso a nivel introspectivo. Hemos seguido la línea de investigación de la tesis doctoral de Apezteguía Bravo (2003), que recoge juegos en torno a la identidad que se producen en ocho artistas contemporáneos.

En este contexto en el que nos situamos, nos centramos en hablar acerca del mundo de lo que ocurre en la noche. Representamos la vida despreocupada, el festejo y sus consecuencias. Dentro del mismo, tratamos sobre esa juventud que lo vive en primera persona, de la tendencia que tiene a manifestarse de una forma distinta a la que se encuentra, con una personalidad no acorde a su forma de ser, que hace dotar a estos individuos de una doble identidad y los lleva a exhibirse de una forma hipócrita.

Esta actitud es la que da nombre al proyecto, *Shameless*, o en español, ‘sinvergüenza’, definido por la RAE como “dicho de una persona que comete actos ilegales en provecho propio, o que incurre en inmoralidades” (RAE, 2017). Este término engloba también esa frivolidad que conlleva esta tendencia, una de las principales palabras clave con las que se conjuga nuestro discurso, lo que hace que creamos necesario analizar su descripción científica para comprenderlo.

En primera instancia, la frivolidad es una actitud ante la vida que relaciona a las personas con pensamientos banales, carentes de ideas o sentimientos profundos y que buscan constantemente el placer, el confort, el consumismo, haciendo culto al materialismo y careciendo de compromiso o interés con el ser humano. Una persona frívola da especial importancia a la belleza física y a la moda del momento, por lo que son superficiales y sólo les importa vivir bien. La persona frívola no se toma nada en serio, sino que canaliza su falta de contenido a través de la broma continua, antítesis de la seriedad y la profundidad de espíritu y dando paso a la limitación de la creatividad y el desarrollo personal. Por ello, nos llamó la atención el hecho de que estando lejos de ser una virtud, y siendo más bien un mal hábito con graves consecuencias sociales, cada vez se observen más casos de este tipo y, en concreto, en el mundo de Internet incluso parece alardearse por ello, como en esta cita del sitio Quesignificado.com:

Una sociedad que elige el modelo de la frivolidad es una sociedad desinformada, doblegada, manipulada, con dependencia social sin tener conciencia de ello. Una realidad simplificada, carente de complejidades, enajenada, sólo movilizada por el hedonismo en la búsqueda incesante de placer. (Que Significado, 2015)

Hemos seleccionado a una serie de artistas que hemos usado como referentes, aportando una línea

discursiva mediante la comparación entre los conceptos de sus obras con las nuestras. En este sentido, ha sido fundamental abordar el trabajo de Richard Prince, en el que muestra el retrato en la actualidad como falsa representación. O las obras de Bruce Nauman, Martin Kippenberger o Cindy Sherman, con investigaciones sobre la metafórica máscara que genera la doble identidad. Aun basándonos en sus conceptos, como se observa, la obra artística presentada en este TFG no tiene nada que ver con ellas en cuanto a la técnica. Pretendemos aportar un nuevo punto de vista, juvenil, novedoso, y materialmente atrayente a estos planteamientos, tomando los mismos recursos que se usan para atraer en el mundo de la noche (el color, la luz o la incandescencia) como referentes visuales e introduciéndolos en la obra. El uso de estos recursos es lo que genera el punto de innovación que pretendemos crear, por el hecho, tanto de usarlos como alusiones a ese contexto, como de descontextualizarlos de su sentido atrayente por un fin artístico.

El estar asociado a este mundo, por pertenecer a esa generación de jóvenes cuyo tiempo libre es usado para divertirse, fue una de las razones que me impulsaron a investigar sobre este tema. Ello implica el hecho de que sea consciente, tanto de lo que ocurre en el mundo de la noche como de la invasión de la tecnología digital. La creciente tendencia a la manifestación en Internet a través de las redes sociales provoca distorsiones de la identidad por las ansias de destacar dentro de ellas. Esta necesidad da origen a la llamada cibersociedad, una realidad en la que nos vemos envueltos, convertida en el presente en una necesidad humana, invisible, pero absorbente, ya sea por trabajo, la educación, el ocio y las actividades comerciales o cotidianas (Del Cid, 2010).

En cuanto a la estructura de este trabajo, estudiaremos, primero, la manera en que aparece la frivolidad en el Arte, concretamente, con el retrato. ¿Se está representando realmente a la persona que aparece cuando se retrata? o... ¿vemos lo que esa persona quiere aparentar? Por consiguiente, analizaremos las falsas imágenes que se generan al hacernos estas incógnitas. Posteriormente, indagaremos en el concepto de la doble identidad, resultante de la generación de estas “falsas imágenes” y del deseo de compartirlas, de manifestarlas. El “yo negado”, el “yo oculto” y el “doble yo” son los conceptos que veremos en profundidad con objetivo de enumerar las manifestaciones de la doble identidad que nos interesan para llevar a cabo nuestro discurso y darlas a conocer mediante el tratamiento de ellas en distintas obras artísticas. Terminaremos con un breve estudio del contexto, del mundo, de las situaciones en las que se manifiestan estas cuestiones, para hacer presente dónde está el problema, cómo y dónde comenzó, qué estamos haciendo mal y a qué se debe el aumento de esta situación en comparación con años anteriores. Comprobamos que hemos realizado un estudio, primero analítico de la problemática y de sus manifestaciones, y hemos concluido con las circunstancias que han podido provocarlo. Esto hace que el lector se percate de una situación de la que quizá no había intuido por costumbrismo, para luego ofrecer una causa de ella que pudiese dar paso a una solución.

1.1. OBJETIVOS

Teóricos

- Representar la vida despreocupada de la juventud, llevada con una actitud frívola y sus consecuencias.
- Hablar de la tendencia actual que tiene la juventud en las redes sociales de mostrar otro yo distinto al que son, construyendo una falsa identidad en ellas.
- Hacer notar la doble identidad que se genera con ello, a veces maquillándose, a veces ocultándose o a veces exhibiéndose
- Indagar sobre aspectos morales, éticos, históricos o filosóficos que llevan a este comportamiento en el contexto actual.

Artístico/profesionales

- Representar a esa persona que quiere hacerse notar, actuando para la cámara, con el fin de que el espectador pase a ser mirado e incorporado a la fiesta, la broma, la escena íntima.
- Hallar una solución estética que a la vez esté acorde con la temática y que aluda al contexto en el que aparece.
- Una salida profesional al trabajo realizado en un ámbito de interés y relacionado con el arte.

2. IDENTIDAD

2.1. FALSA IDENTIDAD

El retrato como forma de representar la identidad

Vamos a comenzar hablando sobre la falsa identidad, pero centrándonos en el retrato. Es por ello que es necesario comenzar por este apartado, en el que estudiaremos cómo se presenta en el mundo del arte y sus características en relación con la identidad del retratado.

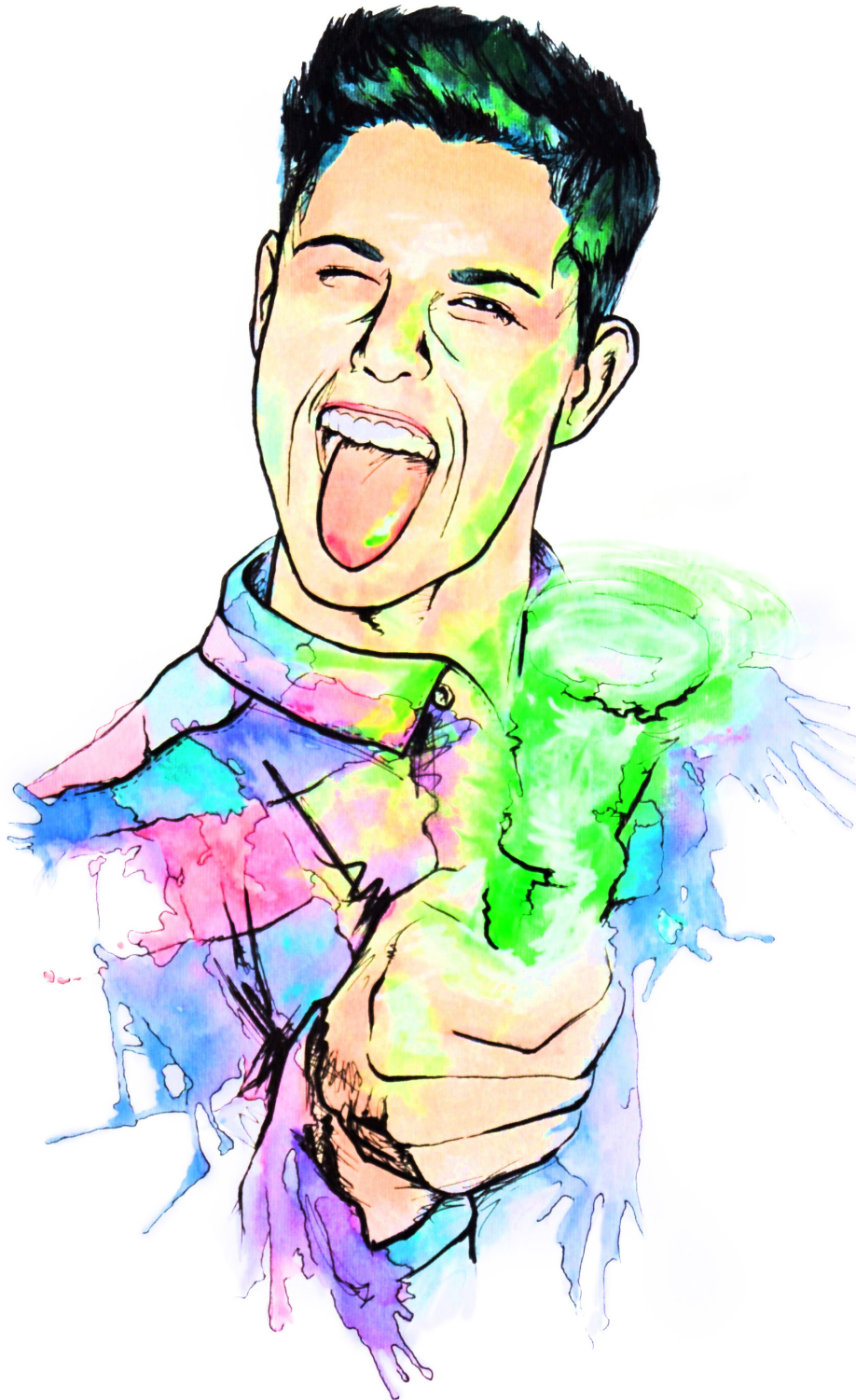
La Enciclopedia Británica define el retrato como una evocación de ciertos aspectos del ser humano particular, visto por otro, de lo que se piensa que puede ser subjetivo. De esta definición, Francastel y Francastel (1988: 9) comentan que “omite todo lo vivo y múltiple con que se han impregnado en épocas ya pasadas, la palabra y la cosa.” Más adelante, expresan lo que consideran como uno de los mayores fundamentos de la imagen del retrato: “no se conoce ni las cosas ni las personas, se las reconoce” (Francastel y Francastel, 1988: 10). Afirman, además, que la idea de retrato se aleja del modelo fidedigno para acercarse a un conjunto de signos donde el espectador o el autor reconstruye a la persona representada. De este modo, coincidimos con esta afirmación de Olivares cuando dice: “Ni si quiera nuestro propio reflejo en el espejo se parece lo suficiente a nosotros mismos” (Olivares, 1996: 29).

Si nos centramos en el retrato fotográfico, Barthes (1915-1980) estudia cómo “la fotografía transformaba el sujeto en objeto e incluso, si cabe, en objeto de museo” (Barthes, 1990: 45). Como vemos, el acto de fotografiar también conlleva una transformación y manipulación del ser retratado: “Ante el objetivo soy a la vez: aquel que creo ser, aquel que quisiera que crean, aquel que el fotógrafo cree que soy y aquel de quien se sirve para exhibir su arte” (Barthes, 1990: 45). Además, alterar la imagen de una foto, o modificar el aspecto de un retrato, es algo fácil si lo comparamos con el hecho de alterar nuestra genética. La imagen y el aspecto son signos débiles, pueden mentir, pero el ADN es una verdad indiscutible sobre la identidad.

Como describe Rosset (1993: 105), “tener un rostro garantiza que la identidad es y ha sido siempre pública, una partida de nacimiento, un documento de identidad, los testimonios concordantes de la portera y los vecinos.” Esto, sin embargo, contrasta con lo que dice Barbotin cuando piensa que “el rostro de otro testimonio no demuestra, no prueba, lleva en sí mismo su propia garantía, se supone ante sí como afirmación que podemos recibir o dejar pues no se apoya sobre sí misma” (1970: 152). Mostrándose contrario a la primera afirmación, confirma que no es suficiente la presencia de un rostro para conocer a la persona a la que pertenece. De acuerdo con él, pensamos que hay que indagar más en la personalidad, y no solamente en sus rasgos físicos. Representamos este pensamiento en obras como “Mírenme I y II” (Figuras 1 y 2), que explicaremos técnicamente más adelante y en las que mostramos a personas en actitud de diversión. Pero el hecho de que en el instante en el que han sido capturados aparezcan así no condiciona su personalidad. Es decir, no podemos afirmar con certeza que sean personas alegres o serias por habérseles captado de una forma u otra. De este modo, concluye Barbotin, “Ciertamente, la palabra, los gestos de la mano, la actitud, la conducta, proporcionan elementos que corroboran, precisan, matizan y en ocasiones niegan la afirmación del rostro” (Barbotin, 1970: 152).

La imagen fotográfica, aún siendo un elemento fiel que ofrece una gran cantidad de datos del individuo, cuenta con la existencia del recurso de ocultar características esenciales de nuestra identidad,

como se refleja en la opinión de Pérez Soler (1996: 41- 49) cuando explica que “todo sujeto fotografiado es, en el fondo un sujeto expuesto, cuya apariencia externa se libra en la mirada estructurada de un observador virtual.” Así, los individuos o grupos sociales son representados por sus apariencias, considerado por Rosa Olivares (1996: 34) como el mundo del engaño: “cualquiera puede parecer lo mismo que otro; todo es susceptible de travestismo, de usurpación.”



1. *Mírenme I.* (Antonio Jesús Alcaide Pérez, ca. 2016)



2. *Mírenme II*. (Antonio Jesús Alcaide Pérez, ca. 2016)

Con estos retratos de la serie “Mírenme” (Figuras 1 y 2), hemos generado una obra plástica a partir de fotografías que se daban en el contexto que nos interesa, donde el sujeto se percata de que lo están enfocando y actúa para la cámara, o como comenta Barthes (1990: 45), es quien quiere que el receptor crea que sea. Pero, ¿por qué pintura y no simples fotografías? Pretendemos que se fomente la intención de llamada de atención por parte de estos individuos, atrayendo al espectador con un juego de colores y formas llamativas que no lo dejarán indiferente y hará que las imágenes no pasen desapercibidas.

Falsas imágenes generadas

Después de plantearnos en el apartado anterior si se está representando realmente a la persona que aparece cuando se retrata o, en cambio, vemos lo que la persona quiere aparentar, analizaremos las falsas imágenes que se generan al hacernos estas incógnitas.

Según Derrida (1930-2004), estas imágenes que se generan están sumidas a un mal de archivo. “La archivación produce, tanto como registra, el acontecimiento” (Derrida, 1997: 24). Hoy en día se produce un problema relacionado con la institucionalización: lo público y lo privado se mezclan. Cuando se crea un archivo hay algo fuera que lo está produciendo, por lo que no existe archivo sin afuera, pero, ¿realmente se está viviendo cuando se está archivando? ¿se está realmente sintiendo lo que se muestra detrás de un objetivo? Además, el acto de archivar condiciona el propio acontecimiento, valga la redundancia, adjudicándole un papel y sometiéndolo a una tendencia al olvido. De hecho, dice, lo generamos para olvidar.

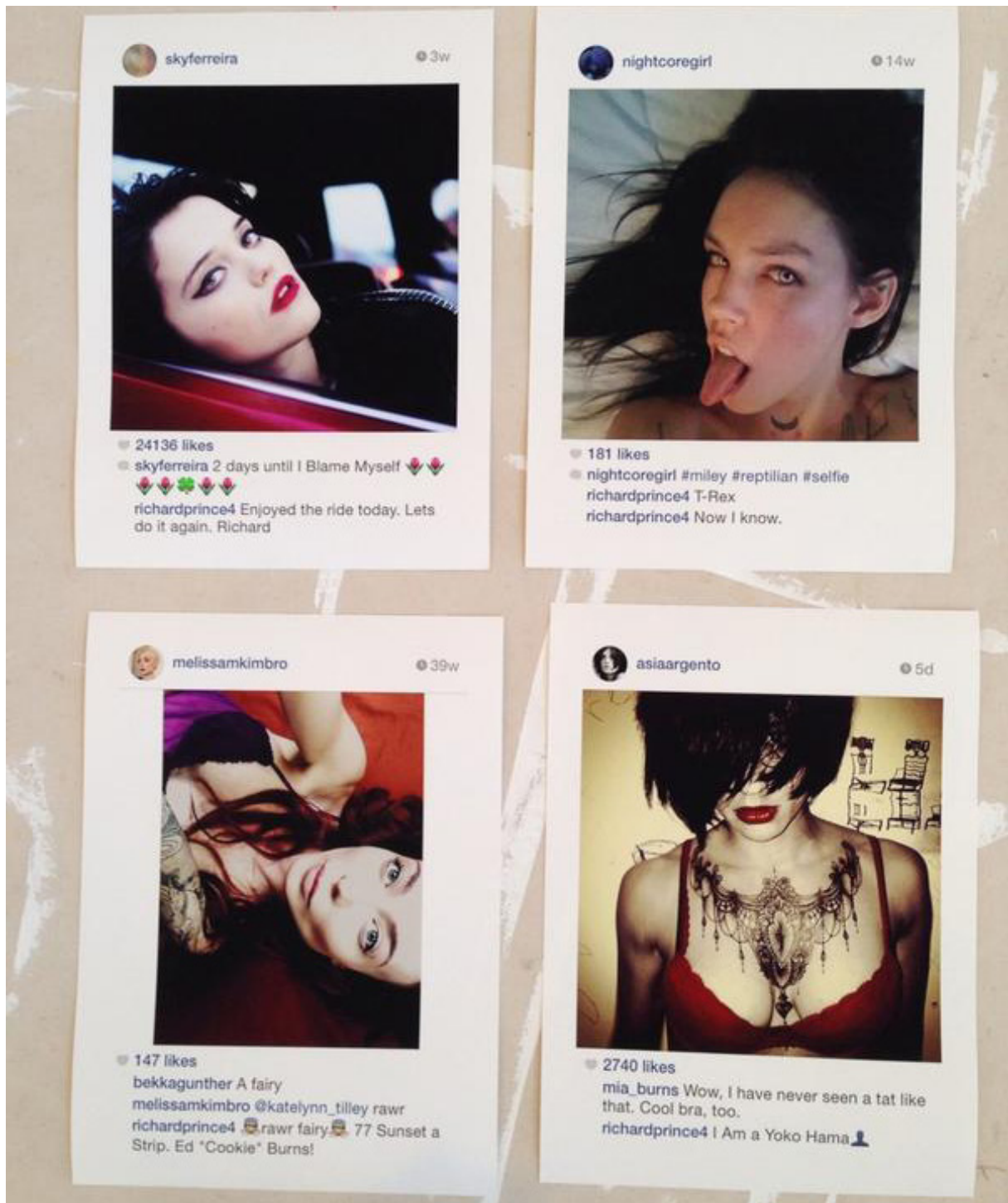
Gracias al artículo de Echeto (2013: 68), titulado “Vilèm Flusser: crítica estética e imagen tecno-visual”, descubrimos que tiene mucho que ver con el ilusionismo, en el que Vilèm Flusser (1920-1991) afirma que la realidad antigua ahora es envuelta en ilusión. “No estamos ante la realidad, estamos ante otra representación más de la realidad, tan realista que acostumbramos a confundirla” (Flusser, 1990: 8). Mediante la fotografía, lo que capturamos no son imágenes a tiempo real, capturamos desapariciones, algo que nunca va a volver a repetirse, y por tanto no va a volver a vivirse. Por consiguiente, generamos modelos a partir de la ilusión al subir fotos a las redes que pueden o no ser ciertos. De hecho, preferimos existir y manifestarnos en las redes sociales a hacerlo en la realidad; vivimos, nuestra propia y falsa realidad.

Así, podemos clasificarlas en *imágenes film* que, diferenciándolas de la primera de las tres eras en las que divide José Luis Brea (2010: 37-63) la imagen, en imágenes materia, que no tienen tanta memoria. Se tratan de imágenes generadas a partir del acto de ver/capturar, por lo que se comportan como resonancias o huellas de lo que ha pasado, donde la realidad se subordina y la continuidad espacio-temporal se rompe con el montaje. Además, adquieren el don de la reproductividad y lo asumen, posibilitando un mayor número de receptores de la imagen e industrializándola.

Las figuras que representamos en nuestra obra titulada “Archivados” (Aportación 5) provienen de Internet, por lo que son imágenes de archivo –conectando así con el discurso que le pretendemos dar– que pueden encontrarse en las redes y en la actualidad, en ese entorno festivo del que hablábamos. Es algo cotidiano en el mundo contemporáneo en el que vivimos, imágenes que podemos observar comúnmente en la vida nocturna, elementos que uso para elevar a la categoría de arte: por lo que, puede compararse, llegados a este punto, con Marcel Duchamp (1887-1968), uno de los artistas más influyentes en la Historia del Arte Moderno, que en 1913 crea su primer *ready-made*, “Rueda de bicicleta”, el cual utiliza para sacar un objeto de su contexto original, lo desfuncionaliza, y lo convierte en arte, con el propósito de forzar al espectador a pensar. Este puede considerarse el punto en común con este concepto. Difiere en otros como que, en el caso de este proyecto, no existe la renuncia a la seducción a la mirada, en correlación con que exige una intervención con destreza y que la opción no es ajena al gusto. El uso del color, unido al juego de luces y la manipulación de la imagen de origen tienen el fin de crear una estética agradable. Es por ello que se podría comparar más bien con el Pop Art, existiendo aún

así la relación con Duchamp, pues fue una figura crucial para el desarrollo, tanto de éste, como de otros movimientos como el Surrealismo o el Dadá (Madridarte, 2014).

Otro ejemplo más conectado a esta obra es *"New Portrait"* (Figura 3) de Richard Prince (1949), que también se apropia de fotos de este tipo procedentes de Instagram para convertirlas en objeto artístico. Las imágenes que emplea, una vez han sido expuestas, se encuentran totalmente alejadas de su raíz originaria. Ni su creador es consciente del reciclaje o la segunda vida de su imagen (Galindo García, 2016: 30).



3. *New Portrait*. (Richard Prince, ca. 2014)

En estas imágenes se percibe la influencia del actualmente llamado “Fenómeno *Selfie*”. En ocasiones, puede dar la sensación de que el *selfie*, o ‘autorretrato’ traducido al español, es una moda actual que responde al placer creciente con el que se mueven los individuos a causa de las nuevas reglas de la sociedad electrónica, pero nada más lejos de la realidad. Gracias a la exposición sobre ‘imagen e identidad’ (Londres) que reúne en un centenar de obras los cambios que ha contemporizado el autorretrato desde el siglo XVII hasta nuestros días, comprobamos que el autorretrato lleva con nosotros siglos (González, 2015: 13).

Actualmente, el *selfie* se ha convertido en una moda narcisista, cuyo principal foco que se aprecia es el deseo de la persona por buscar la vanidad a través de sus atributos físicos. La egolatría se ha convertido en una tradición inevitable en las redes sociales. Pero, ¿por qué motivo sube la gente fotos a redes sociales de Internet como Instagram o Facebook? Puede ser por diversión, para presumir, como mensaje o bien para compartir momentos.

Aunque exponer excesivamente la vida personal también podría significar que el sujeto tiene baja autoestima, buscando la aprobación por parte de los demás. En general, se exhibe solamente lo que se quiere mostrar, construyendo así una identidad ficticia a vista de los demás para recibir retroalimentación y ser validada. (Centre Can Rosselló, 2012) De ahí que califique a éstas imágenes como “falsas” y la creación de una identidad paralela en redes que no es la real, que abre paso al estudio del siguiente apartado de este trabajo.

2.2. DOBLE IDENTIDAD

El yo negado (maquillaje)

Hemos visto que en un contexto donde la imagen ha adquirido el don de la productividad y de difundirse fácilmente se han generado estas “falsas imágenes” y el deseo de compartirlas. Esto va a provocar en los habitantes de esta época el concepto de la doble identidad, del cual indagaremos a continuación, con referencias al “yo negado”, al “yo oculto” y al “doble yo”.

En el cuerpo observado es la mirada del otro la que propone un posible juicio de la identidad, basado en aptitudes que refuerzan una cualidad o criterio del yo. (Álvarez-Uría y Valera, 1987: 183- 186) Es decir, somos en función de quienes nos ven. Es por esto que el cuerpo siempre ha sido, como piensa Bourdieu (1930-2002), una inversión de tiempo, energía y dinero en “hacerlo presentable”, ya que, según éste autor, transformándolo se logra expresar de modo más adecuado “el ser profundo o la naturaleza de la persona”. Entendemos pues, por el “yo negado”, ese ser que presenta una voluntad de cambio, ocultándose o enmascarándose para, o bien evitar que el mundo haga un juicio sobre su persona, o bien para condicionar o modificar ese juicio a su gusto. “Creo que hay una necesidad de ofrecerte a ti mismo. Si no quieres que la gente vea ese yo, te pones maquillaje” (Nauman, 1992: 85).

“El arte del maquillaje” (Figura 4), obra producida por Bruce Nauman (1941-) en los años 1967 y 1968, es una pieza de *Art-Make-Up* en la que el artista pone en manifiesto el maquillarse como un fenómeno de comunicación previo a la gran ofrenda social. Mediante una máscara negra, se oculta, renunciándose, y dando paso a un nuevo yo. Habla sobre la negación constante del cuerpo que existe en la sociedad occidental, y el deseo de proyectar una imagen elaborada de nosotros mismos, negando, mediante trajes o maquillajes la vejez y la muerte.

El no-yo que nos propone con esta obra, representa un acto deliberado de ocultamiento, resultado de una visión del cuerpo que se “libera” de sí mismo, “un cuerpo como principio de un desorden e irracionalidad” (Baudrillard, 1989: 90). Podría decirse que, mediante este ocultamiento, el artista niega su yo, ofreciéndonos la muerte del mismo, al igual que representamos en la performance que explicaremos más adelante (Aportación 1). La diferencia es que, en nuestro caso, esa negación se acentúa aún más que en la obra de Nauman con la inclusión de la fluorescencia en un entorno oscuro.

Nauman y su metáfora de la muerte coinciden con la idea que desarrolla la escritora Susan Sontag (1933-2004) (1996: 34- 50) de un “yo enfermo” en su reflexión acerca de la enfermedad, en concreto de la tuberculosis, que en el s. XIX llegó a convertirse en sinónimo de personalidad romántica a quien la padeciese. Es decir, esta enfermedad complementaba el yo, atribuyéndole nuevas características sociales. Esto puede compararse en relación con nuestro discurso con los efectos que produce el alcohol en nuestro cuerpo, similares a las alucinaciones de algunas enfermedades, y asociándolos de manera en que también complementan al yo positivamente en la sociedad actual. Lo dota de superioridad, de popularidad, lo sinvergüenza.

La noche es de los que, después de haber vivido el día cumpliendo con su perfil, quieren gozar de un rato de libertad y hacer lo que les gusta realmente. Deciden cambiar de rol, colocarse un disfraz metafórico, o a veces no tanto, que conlleve a la locura, a la desvergüenza, a lanzarse a las calles a disfrutar de cualquier cosa, tratando de no pensar en las obligaciones y preocupaciones diarias. (Dafne, 2016) Se



4. *Art Make-up (Arte maquillaje)*. (Bruce Nauman, ca. 1967/68)

trata de ser otro. Algo que se asemeja al carnaval, donde puedes ser quien tú quieras. El origen de su celebración procede probablemente de las fiestas paganas, como las que se realizaban en honor a Baco, el dios del vino, o del toro Apis en Egipto. Su característica común es la de ser un período de permisividad y cierto descontrol. En la noche del Carnaval todo vale y dice la leyenda que por eso se ponen máscaras (Navarro, 2014).

Desaparecer tras una máscara, que puede interpretarse como la capa de maquillaje, de pintura fluorescente, que acentúa aún más el nuevo yo y ocultan el antiguo. Tras la oscuridad de la noche, o entre la multitud de los espacios sociales que frecuentamos en ella; es lo que representamos en la obra, titulada “El disfraz de la noche” (Aportación 1). Mediante fotografías de esta performance, en la que se realiza la técnica de *bodypainting* al igual que hace Nauman, se observa el yo negado, que se disfraza, y mediante el uso de la máscara da paso al nuevo yo oculto que florece, con aspectos que normalmente permanecen escondidos por miedo o por el precepto de no ser socialmente aceptado.

El yo oculto que florece

Generando esa máscara, ese maquillaje del que hablábamos en el apartado anterior, dábamos paso a la liberación de un yo que permanecía oculto. El florecer de esta nueva personalidad es lo que abordaremos a continuación, con artistas como Martin Kippenberger (1953-1997), buscando “desenmascarar la apariencia falsa que envuelve la existencia humana como una niebla engañosa e impenetrable” (Honnef, 1993: 128).

El artista se autorretrata en su obra “Diálogo con la juventud” (1981) (Figura 5) después de haberse metido en una pelea, lo que supone el nacimiento de un nuevo ser, el monstruo. Muestra así su desgracia, aludiendo también a la pérdida de la juventud. Se oculta tras una máscara, un escudo que protege y oculta las debilidades y la locura. Como dice Honnef (1993: 128), “es un artista que juega con las imágenes falsas ligadas a los papeles que adopta, buscando desenmascarar la apariencia falsa que envuelve la existencia humana como una niebla engañosa e impenetrable.”



5. *Diálogo con la Juventud (Dialog mit der Jugend)*. (Martin Kippenberger, ca. 1981)

El artista aprovecha las circunstancias para expresar la dualidad de la máscara, para ocultar la identidad o, como dice Tena, para abrir una puerta a esos

modos o maneras internas escondidas que todos llevamos dentro y que no nos atrevemos a dar a conocer en circunstancias normales, dominados y dirigidos como estamos en esta sociedad por rígidos y antinaturales formas de comportamiento (Tena, 1986: 7).

De esta forma, rompe con toda norma social sobre cómo ha de comportarse uno ante el mundo.

Con el proyecto, “Desenfreno” (Aportación 2), pretendemos representar la noche y lo que sucede en ella a través de la luz, para construir mediante neones el retrato de la sociedad en esta época. Así, intervenimos sobre la escultura de Chillida entre otras, del mismo modo que hizo Olek con la Estatua del Cid (Figura 6). Nos basamos en ella tanto estéticamente, puesto que nuestra obra se coloca sobre la de otro artista, como conceptualmente, para realizar una crítica del destrozo que provocamos a nuestro propio patrimonio artístico. Se trata de una intervención en el espacio público que consiste en una instalación que será llevada a cabo mediante piezas creadas con neones que simbolizan la vida en la noche y todo lo que ocurre en ella con formas provocadoras, como frases o siluetas, para conectar este lugar con la situación social que le rodea y denunciar la falta de respeto y vandalismo que se produce afectando negativamente al arte y a este paisaje (Lomelí, 2016).



6. Intervención sobre la estatua de “El Cid Campeador”. (Olek, ca. 2013)

En nuestro proyecto, representamos a ese ser que, al igual que le ocurre a Jeckyll en la novela de Stevenson (2001), sufre una transformación de su personalidad. En este caso, es por medio de una pócima que origina la dualidad en el hombre, en el nuestro, por sustancias ingeridas como el alcohol o las drogas. La pócima revela el lado oscuro de un subconsciente que oculta los males, la carcasa se rompe y surge Mr. Hyde, un ser vicioso que es la parte maligna de la naturaleza del doctor. “Era algo humano y natural. Tenía ante mis ojos una imagen real del espíritu, imperfecta y dividida que, por costumbre, llamaba mía” (Stevenson, 2001: 27). Jeckyll defiende la existencia de un hombre que no es verdaderamente uno, sino dos, como dos naturalezas que por separado conforman un solo yo, pero que juntas comparten un mismo cuerpo. Es la idea de un hombre que se puede completar en una doble identidad, como estudiaremos a continuación.

Doble yo

Como hemos visto antes, según Barthes (1990: 45), al mirar una foto se crea el dilema de si lo que estamos viendo es la verdad o no, ya que un individuo no es simplemente una imagen sino también una forma de ser, sus gestos, su carácter. Aunque el parecido está siempre presente, en una fotografía puede que de lo que vemos hagamos juicios no correctos. Se puede crear con ello la idea del doble, un ser que es representado de manera suficientemente imprecisa, pudiendo inducir al engaño. Existen por lo tanto seres que buscan este recurso del doble, un testimonio exterior a ellos, y que según García Cortés (1996: 100), hacen con intención de reconciliarse con su propio cuerpo, por ser desconfiados de sí mismos. Así se produce el desdoblamiento del yo: soy lo que parezco y no parezco lo que soy.

Cortés también plantea que la locura (ejemplificando con enfermedades como la esquizofrenia o paranoia) causa también la noción de doble, “de ser a la vez él mismo y lo otro” (Cortés en Rosset, 1993: 20). Dos realidades que enfrentan dentro de un mismo ser por el derecho a ser consideradas reales. Este autor continúa con el desdoblamiento vinculándolo a la idea de la muerte, que conlleva la pérdida de la consciencia de ser yo, dando paso a ser nada.



7. *Who are you? (¿Quién eres tú?)*. (Kirsten Geisler, ca. 1996)

En “*Who are you* (¿Quién eres tú?)” (Figura 7), Kristen Geisler (1985-) recrea esa lucha por el deseo de ser real contra el yo desnaturalizado e irreal. Al receptor le muestra la discusión entre dos entes en plena guerra de identidades, siendo solo es una representación, ya que lo único real en este caso es el espectador.



8. *Sin título*. (Cindy Sherman, ca. 1983)

En esta obra de Cindy Sherman (1959-) también existe una distorsión de la identidad, pues en ella rompe con su yo. En su caso, el cuerpo desaparece y se fragmenta en distintas identidades. Caracterizándose en personajes de mujeres en diferentes actitudes, reflexiona sobre los múltiples roles que juegan en las personas (Figura 8). Pero ¿dónde está la verdadera Cindy? Entre tantas identidades, Torres (1996: 45- 51) piensa que se logra mostrar la construcción del yo moderno: a diferencia del caso de la máscara, el yo no desaparece en busca de identidades, sino que se fragmenta en múltiples formas. Lo que representa puede observarse cotidianamente, por ejemplo, en redes sociales. Los usuarios, sin dejar de poseer su yo inicial, se manifiestan con distintas personalidades de la misma forma que Sherman.

Esto conlleva a la idea del yo multitudinario, que podemos observar en obras como “Cuatro Jakies” (1964) de Warhol (Figura 9), donde crea una instantánea permanente que causa una angustia vital soterrada según Honneth (Spies, Werner y Windmüller, 1998).

Al igual que él, buscamos con nuestra obra “*Shameless*” (Aportación 3) que el tiempo se detenga en un instante. La imagen funciona como flashes continuos que aglutinan una visión múltiple, repetida y diversificada. El recurso repetitivo es usado en este caso respondiendo a una cuestión científica, que



9. *Cuatro Jackies*. (Andy Warhol, ca. 1964)

según el Equipo editorial de la revista QUO (2003: 66), identifica que “cuando los conceptos se repiten, se fuerza al cerebro a una atención mayor, lo que aumenta su facilidad para el almacenamiento.” Esto causa que para el espectador los detalles pierdan interés y su mirada se disperse en el conjunto de identidades.

También coincidimos en que la idea de multitud sugiere la pérdida de la identidad, lo individual muere dando paso a lo colectivo. Esto se debe a la sensación de encontrarse ante la mirada de tres cuerpos repetidos que dejan de ser signos individualmente para pasar a ser una multitud que se encuentra frente al espectador, lo observa, y baila para él (Aportación 3).

Collado (1995: 45) considera la fotografía como el medio idóneo para plasmar esta crisis de identidad por la que viene marcado el s. XX, tiene la capacidad de enmascarar la realidad técnica. El contexto en el que se produce esta problemática lo estudiaremos a continuación con más profundidad.

3. CONTEXTO ESPACIO/TEMPORAL

Se podría decir que, al entrar en espacios como las discotecas, nos introducimos en un mundo paralelo, donde no se percibe el espacio y los sentidos se distraen dando paso al sentir exclusivo de la música y el movimiento. Es un método de evasión, al fin y al cabo, que tenemos las personas de retirarnos de lo urbano, de la ciudad y todo lo que ello conlleva. Esa ciudad, es considerada un lugar, según Augé (2004: 64), “por la idea que se hacen aquellos que lo habitan de su relación con el territorio, con sus semejantes, con los otros”, pero sufrirá unas modificaciones al aparecer la sociedad moderna, influyendo sobre él las ideas de De Certeau:

Un lugar es el orden según el cual los elementos se distribuyen en relaciones de co-existencia, una configuración instantánea de posiciones; un espacio, sin embargo, es el cruzamiento de moviidades, que está animado por el conjunto de movimientos que aquí se despliegan. Éste, a diferencia del lugar, carece de un sitio propio. (De Certeau, 1925-1986: 129)

Entonces, ¿cómo podríamos considerar el lugar que se estaría creando con esta sala expositiva, que imitaría a las intenciones dichas de un local de ocio?... ¿un lugar o un no-lugar? Atendiendo a las definiciones aportadas por Augé, la clasificación de estos espacios se abre a la duda.

Por una parte, podríamos pensar que estaríamos en lo cierto si se le adjudica como lugar, ya que sostiene que una de las características del no-lugar es que no puede otorgar identidad. Esto, visto desde el punto de vista económico en el que se mueve la noche, es tal que así, puesto que, al pagar nuestra entrada e introducirnos en la sala, somos un mero número, un componente más dentro de la capacidad que alberga el local.

Comienza a cuestionarse cuando al avanzar en estas definiciones, Augé añade que el no-lugar no debe establecer relaciones, puesto que en ellos el individuo permanece aislado. Atendiendo a ello, y teniendo en cuenta los actos que en estos espacios acontece: la fiesta, el baile, la unión, la relación... claramente podríamos encasillarlos como lugar. Así lo confirma Gadamer (1991: 46) al sostener que “Si hay algo asociado siempre a la experiencia de la fiesta, es que se rechaza todo aislamiento de unos hacia otros.” De hecho, nos decantaríamos por esta última opción.

Refiriéndonos ahora al contexto temporal en el que ubicamos el proyecto, estudiaremos a continuación las relaciones sociales que se producen en la actualidad y sus consecuencias, para reflexionar sobre el cambio que ha supuesto el nacimiento de nuevas formas de comunicación.

El intercambio de palabras entre dos personas que existe en una conversación cara a cara implica la existencia de un soporte biológico, que según Thompson (1998: 41), tiene lugar en un contexto de co-presencia: “los participantes en la conversación están físicamente presentes uno frente a otro.” Esto difiere de los diálogos que se producen al aparecer la comunicación de masas.

Los nuevos medios con los que los individuos se comunican están espacial y temporalmente muy alejados del contexto original del mensaje, provocando que se altere la dimensión espacial y temporal de la vida social según este autor. Thompson piensa que la casi-interacción mediática (1998: 119) que se da cuando el emisor crea un mensaje para un receptor que no está físicamente presente, como una imagen

televisiva, pero sí que puede establecer lazos de amistad y lealtad, puede enamorarse del actor, pero él nunca sabrá qué reacción ha causado en el espectador. Esta falsa interacción provoca la reconstrucción de una situación que es ficticia. En este sentido, Peter Campus señala a este efecto el hecho de cómo el espectador juega instintivamente a separar o unir ambas imágenes, a ajustar la realidad de su cuerpo con su doble imagen, la posición del espectador, la percepción que tiene de sí mismo y de sus relaciones con el espacio creado por la obra y con sus materiales (Pérez Ornia, 1991: 55).

Marshall McLuhan se plantea en este contexto por qué la tecnología nos invade hasta el punto de volverse una extensión de nuestro cuerpo. Piensa que la tecnología es una extensión de nosotros mismos puesto que los medios de comunicación se han ido convirtiendo en extensiones de nuestros cuerpos. Es por esto por lo que el hombre, tras implementarla, se ve envuelto en ella y le es complicado reconocer de nuevo su forma, su propio aspecto. Según él, hemos mutado convirtiéndonos en una especie de ciborgs y lo expresa así “Todos somos robots cuando nos involucramos con nuestra tecnología, nos convertimos en órganos sexuales del mundo de las máquinas” (McLuhan, 2014). Y añade:

El medio es el mensaje. Esto es simplemente para decir que las consecuencias personales y sociales de cualquier medio, de cualquier extensión de nosotros mismos, son el resultado de la nueva escala que es introducida en nuestras vidas por cada extensión de nosotros mismos o por cada nueva tecnología. (El medio es el mensaje: McLuhan, 2014)

Esto tiene consecuencias en la imagen que usamos en relación a la tecnología, supone su desustancialización: de ella, desaparece su esencia y se sustituye por apariencia. Las imágenes dejan de ser vehículo de sentidos (dejan de incluir el discurso conceptual, composición, elementos formales...) a partir de la Segunda Guerra Mundial, con la industrialización. Después de ésta comienzan a mutar, a adquirir un sentido publicitario, a carecer de contenido, pero, sin embargo, a hacer poderosos a los medios que la distribuyen (Walter, 2003: 46-48).

Este es el origen de la imagen que usamos en la actualidad, que hacen ricas a las redes y les aportan datos sobre nuestros gustos. Según la microfísica del poder, estas redes someten a una vigilancia voluntaria. Las grandes empresas de Internet nos controlan a través de ellas de una forma indirecta, y no a través del miedo sino de la seducción. Fontcuberta (1997: 32), considera que estas imágenes generadas pueden tener lo que denomina un “carácter pornográfico de la mostración”, que contengan información que desvele al dominio público intimidades.

“Serás más feliz si apareces en más fotos de fiesta, si consumes más alcohol, si asistes a x lugares...” es lo que las grandes empresas que se publicitan por las redes quieren hacernos pensar, y para demostrarlo es necesario la difusión de nuestras imágenes (Mengual, 2014). Éste ansia por la mostración, de hacer ver a los demás lo que hacemos con el fin de creerse superior, es de lo que hablamos en la obra con la que finalizamos el presente TFG.

Titulada “*Shameless Award*” (Figura 9), se trata de una pieza escultórica en bronce que realizamos en la asignatura Fundición en 2017, donde nuestra mano atrapa y representa de forma materializada, ese trofeo o logro que la juventud actual parece pretender llegar a conseguir con esta conducta.



10. *Shameless Award*. (Antonio Jesús Alcaide Pérez, 2017)

PARTE III: PROPUESTA DE INTEGRACIÓN PROFESIONAL

Gracias a que durante esta carrera hemos cursado asignaturas relacionadas con el diseño, como las de Videocreación, Arte, Diseño y Comunicación, Imagen Digital o Fotografía, me he dado cuenta de que el arte se extiende más allá de lienzos y pinturas. Es realmente necesario para la sociedad en la que vivimos. Desde la fabricación de cualquiera de los objetos que usamos en nuestro día a día hasta para el desarrollo de cualquier negocio o empresa, vivimos continuamente a base de un arte que, obviamente, ha avanzado al igual que cualquier ámbito de estudio con la llegada de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC).

Estas asignaturas nos han enseñado que, además de tener un discurso conceptual con el que comunicarnos a través de la creación, existe un ámbito práctico, una posibilidad de producción, en el que trabajar con el arte. Como digo, gracias a que hemos adoptado una perspectiva más contemporánea en los modos de trabajar, tomamos la decisión de direccionar nuestros estudios a la especialización del Diseño Gráfico a través de un máster que nos proponemos realizar el año que viene en Barcelona, llamado Máster en Diseño Gráfico, en el Centro Universitario de Diseño de Barcelona BAU. Este máster complementará nuestra formación tanto de forma práctica como teórica. En él, además de estudiar Historia del Diseño, cursaremos asignaturas tecnológicas donde trabajaremos con herramientas digitales tipo Illustrator, Indesign o Photoshop, programas ya empleados en la facultad, pero de modo algo superficial. Esto nos ofrecerá una mayor especialización de estas herramientas de Adobe, y realizaré prácticas publicitarias reales en asignaturas como *Packaging*, que harán que pueda llegar a afrontar un encargo de diseño gráfico.

Es por esto que, siendo honestos con nuestro futuro, hemos de decir que, aunque nunca dejemos de apreciar el arte tradicional que tanto hemos practicado durante estos cuatro años, no creemos que pueda ofrecernos una buena estabilidad económica. Por ello, nuestra propuesta de integración profesional va dirigida al campo de la publicidad y el marketing, ámbitos que, además de atraernos, tendremos la posibilidad de desarrollar con mayor profundidad durante distintas asignaturas en dicho máster. Durante un año de clases presenciales, cursaremos las asignaturas Proyectos de Diseño, Ilustración, Historia del Diseño Gráfico, Tipografía, Fotografía, Proyectos y Tecnologías, en las que obtendremos 60 créditos.

Bajo estas pretensiones de futuro, nos planteamos un reto aprovechando que en el trabajo final de la asignatura de Ilustración teníamos que auto proponernos un *briefing*, o traducido al castellano, unas instrucciones, unas pautas que cumplir, a modo de simulacro de un encargo realizado por una empresa que quiere publicitarse. Usaremos este proyecto ya finalizado para ejemplificar nuestra propuesta y exponer nuestras capacidades, que describiremos a continuación.

Las instrucciones nos exigían la renovación de imagen de una marca de bebidas alcohólicas atendiendo a distintas pautas:

- Debía ser dinámica, atractiva y dirigida a un público joven
- Debía incluir el slogan de la marca, “tú eres el origen de la fiesta”
- Consistía en la creación de:

- o Diseño de publicidad destinada a aparecer en redes sociales (debe incluir necesariamente el logo de la marca y el slogan)

- o Diseño de camisetas destinadas a publicitar el producto (debe incluir el logo y el slogan)
- o Diseño de las etiquetas de las botellas (debe incluir el logo)
- Todos los diseños debían tener una estética similar que los conecte, aportando personalidad e identificando la nueva imagen de la marca

Después del trabajoso proceso de diseño, cambios de ideas, pruebas y bocetos rechazados o que no funcionaban, conseguimos el resultado final. Para la publicidad en línea, ideamos un gif animado que llamaría más la atención que una imagen estática (Figura 10).

Cambiando la composición y la figura, realizamos el diseño de las camisetas, que requerían un formato más alargado (Figura 11).



12. *Diseño publicitario de camiseta.* (Antonio Jesús Alcaide Pérez, 2017)

Las imágenes, como vemos, tienen una estética parecida a obras que hemos realizado durante la carrera y que forman parte de las aportadas con anterioridad en este proyecto artístico. Las creaciones de las mismas nos proporcionaron habilidades de creación digital que hemos pretendido llevar al entorno laboral. Además, manifestamos una estética acorde con nuestra obra que, usando recursos lumínicos, pretende ser vistosa, atractiva y llamativa, lo que creemos que la dota de un gran interés para el mundo publicitario (Aportación 2).

Nuestro reto de integración profesional, una vez finalizada la carrera, consiste en seguir indagando, trabajando e investigando en cuanto a recursos de producción, diseño y marketing que nos posibilite el arte. En este sentido, incluso nos podría servir para realizar el catálogo, las tarjetas de visita, o el diseño de las salas para una exposición, pudiendo esta rama moderna estar relacionada también con el arte plástico. Estamos seguros de que el continuo trabajo nos aportará salidas profesionales relacionadas con este mundo que tanto nos apasiona. Todo ello, por supuesto, sin dejar de un lado la creación artística, que creemos que para todos se ha vuelto necesaria después de estos cuatro años de duro trabajo y dedicación. CONCLUSIONES



11. Fotogramas de gif publicitario destinado a aparecer en redes sociales. (Antonio Jesús Alcaide Pérez, 2017)

Conclusiones

Gracias a la investigación llevada a cabo durante el proceso de realización de la parte teórica de este Trabajo de Fin de Grado, nos hemos percatado de que la imagen actual está sumida en una falsedad, en un filtro que oculta, que no deja ver lo que realmente es la persona retratada.

En la sociedad actual, la producción de estas imágenes se ha debido a la industrialización de la misma, que ha tenido lugar a raíz de la Segunda Guerra Mundial, a partir de la cual las imágenes mutan, pasando a tener un fin lucrativo para el medio que las difunde. La característica de la reproductividad llega también con esta era de las nuevas tecnologías, provocando en ellas la archivación y todo lo que ello conlleva: la tendencia al olvido, el cuestionamiento de si lo que se está archivando es real.

Descubrimos que esta era no sólo distorsiona a la forma de difusión de la economía, sino que también provoca trastornos en la personalidad de los seres humanos que la vivimos. Es una época en la que la imagen, la apariencia, prevalece sobre la racionalidad de las personas, dando origen a la egolatría. Nos manifestamos de forma frívola, adoptando un falso yo que no somos realmente con el fin de conseguir el mayor número de *likes* posibles.

Mediante el análisis de las formas en las que se producen estas manifestaciones hemos descubierto tres conceptos que tienen relación con nuestra obra: en primer lugar, con la negación de nuestro ser; en segundo lugar, con el ocultamiento de un yo que florece al deshacerse de una máscara que ocultaba la locura y, por último, con el doble yo que se manifiesta al revelarse y descubrirse.

En resumen, este trabajo nos ha ayudado a conocernos. El estudio y análisis de las características de la imagen y el retrato contemporáneos nos han hecho reflexionar sobre algo que por el hecho de habitar en esta época teníamos tan asumido que podríamos haber llegado a ignorar: las verdaderas preocupaciones de la juventud, su falsedad y frivolidad al manifestarse y las consecuencias que ello supone.

Por otra parte, respecto a los objetivos artísticos y profesionales que nos planteábamos en este TFG, podemos constatar que tras los cuatro años de muchísimo trabajo práctico, algo que caracteriza la facultad de Bellas Artes en la que estudiamos, hemos quedado conformes con un resultado que consideramos satisfactorio. A nuestro parecer, hemos conseguido representar esa personalidad actual que quiere hacerse notar, actuando para la cámara y esas situaciones festivas, bromistas, frívolas. Además, hemos conseguido hallar la forma de integrarlo con el contexto en el que se produce, estando a la vez acorde con la temática, gracias a una solución estética que usa los recursos de los colores fluorescentes, la luz negra y el movimiento.

Por último, llegamos a la conclusión de que todo no iba a ser perjudicial con la llegada de las redes, las nuevas tecnologías, y la difusión publicitaria gracias a la imagen reproductiva. De hecho, es esta situación de la que nos valemos para proponer una integración laboral a nuestra obra, asociada al mundo del marketing y la publicidad como diseñadores gráficos.

Bibliografía

- ÁLVAREZ-URÍA, Fernando y VALERA, Julia, 1986. *Materiales de Sociología crítica*. Madrid: La Piqueta.
- APEZTEGUÍA BRAVO, Miguel Ángel, 2003. *Juegos en torno a la identidad en ocho artistas contemporáneos* [en línea]. María Luisa Martínez Salmeán, tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Bellas Artes, [Consulta: 13 marzo 2017]. Disponible en: <http://eprints.ucm.es/5394/>
- AUGÉ, Marc, 2004. *No lugares. Espacios del anonimato: Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa
- BARBOTIN, Edmond, 1970. *El lenguaje del cuerpo, II*. Pamplona: Universidad de Navarra, S.A.
- BARTHES, Roland, 1990. *La cámara lúcida: Nota sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós.
- BAUDRILLARD, Jean, 1989. *De la seducción*. Madrid: Catedral.
- BREA, José Luís, 2010. *Las tres eras de la imagen: imagen-materia, film, e-image*. Madrid: Akal.
- CENTRE CAN ROSELLÓ, clínica especializada en Adicciones y Patología Dual, 2012. “El síndrome Selfie: de la moda al narcisismo”. *Centroadiccionesbarcelona.com* [en línea]. [Consulta: 10 abril 2017]. Disponible en: <http://www.centroadiccionesbarcelona.com/el-sindrome-selfie-de-la-moda-al-narcisismo/>
- COLLADO, Gloria, 1995. “Cadáver Exquisito: Femenin/masculin. Le sexe de l’art”. En la revista *Lápiz*, nº 117, p. 45.
- DAFNE, 2016. “La noche es para mostrar quiénes somos realmente. We are the night” [en línea]. *Bcn Cool Hunter*. 28 de diciembre de 2016 [Consulta: 25 enero 2017]. Disponible en: <http://bcncoolhunter.com/2016/12/la-noche-es-para-mostrar-quienes-somos-realmente-we-are-the-night/>
- DE CERTEAU, Michel 1996. *La Invencion de Lo Cotidiano: 1 Artes de Hacer*. México: Luce Giard
- DEL CID, Linda, 2010. *Sociología de la Educación* [en línea] [Consulta: 6 junio 2017]. Disponible en: <http://bbitalinda.blogspot.com.es/2010/08/>
- DERRIDA, Jacques, 1997. *Mal de Archivo: Una impresión freudiana*. Madrid: Trotta.
- ECHETO, Víctor Silva, 2013. *Vilém Flusser: crítica estética e imagen tecno-visual*. São Paulo: Galaxia.
- EQUIPO EDITORIAL DE QUE SIGNIFICADO, 2005. “Frivolidad”. *Quesignificado.com* [en línea]. [Consulta: 8 marzo 2017].
- EQUIPO EDITORIAL DE QUO, 2003. “¿Por qué se recuerdan mejor las cosas que hemos visto más veces?”. En la revista *QUO*, nº90, p. 66.
- EL MEDIO es el mensaje* – McLuhan, 2014 [vídeo]. Youtube: Juan Pablo González. [Consulta: 23 mayo 2016]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=FlhZJ7xW-IY>
- FLUSSER, Vilém, 1990. *Hacia una filosofía de la imagen*. México: Editorial Sigma.

FONTUBERTA, Joan, 1997. *El beso de Judas: Fotografía y Verdad*. Barcelona: Gustavo Gili, S.A.

FRANCASTEL, Galienne y FRANCASTEL, Pierre, 1988. *El retrato*. Madrid: Cátedra.

GADAMER, Hans-Georg, 1991. *La actualidad de lo bello*. Barcelona: Paidós.

GALINDO GARCÍA, Marta, 2016. *The Unseen* [en línea]. Mercedes Espiau Eizaguirre, TFG. Universidad de Sevilla, Facultad de Bellas Artes [Consulta: 26 marzo 2017]. Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/56064>

GARCÍA CORTÉS, José Miguel, 1996. *El cuerpo mutilado: La angustia de la muerte en el Arte*. Valencia: Generalitat Valenciana.

GONZÁLEZ, Jose Ángel, 2015. “El selfie, desde el siglo XVII hasta hoy, en cien obras de arte”. *20 minutos* [en línea]. [Consulta: 2 mayo 2017]. Disponible en: <http://www.20minutos.es/noticia/2361390/0/selfie-arte/siglo-xvi-hoy/exposicion/>

HONNEF, Klaus, 1993. *Arte Contemporáneo*. Colonia: Benedikt Taschen.

LOMELÍ, Natalia, 2016. “Olek, la artista que teje al mundo con sus tejidos en crochet” [en línea]. *Cultura Colectiva*. 20 de enero de 2016 [consulta: 10 mayo 2017]. Disponible en: <http://culturacolectiva.com/olek-la-artista-que-teje-al-mundo-con-sus-tejidos-en-crochet/>

MADRIDARTE Recicla, 2014. “El Ready-Made de Marcel Duchamp”. *Idarterecicla.com* [en línea]. [Consulta: 22 enero 2017]. Disponible en: <http://www.idarterecicla.com/el-ready-made-de-marcel-duchamp/>

MENGUAL, Elena, 2014. “¿Por qué todo el mundo trata de parecer tan feliz en Facebook?”. *El Mundo* [en línea], 6 noviembre 2014, EnREDados [consulta: 10 de junio de 2017]. Disponible en: <http://www.elmundo.es/tecnologia/2014/11/06/544a5fae268e3ec9028b4592.html>

NAUMAN, Bruce, 1992. *Rompiendo el Silencio*, entrevistado por Joan Simon. En la revista Creación, nº 55, p. 85- 95. Madrid.

NAVARRO, Pepe, 2014. “Hoy puedes ser quien tú quieras” [en línea]. *Natura Blog*. 27 de febrero de 2014 [Consulta: 25 ene 2017]. Disponible en: <https://www.naturaselection.com/blog/hoy-puedes-ser-quien-tu-quieras/>

OLIVARES, Rosa, 1996. “El retrato como medio de conocimiento”. En la revista *Lápiz*, nº 127, p. 29.

PÉREZ ORNIA, José Ramón, 1991. *El arte del video: Introducción a la historia del video experimental*. Barcelona: ediciones del Serbal Guitard.

PÉREZ SOLER, Duardo, 1996. “El retrato fotográfico contemporáneo”. En revista *Lápiz*, nº 127, p. 41 – 49.

ROSSET, Clement, 1993. *Lo Real y su Doble: Ensayo sobre la ilusión*. Barcelona: Tusquets.

RAE [en línea], 2017. *Real Academia Española* [Consulta: 6 junio 2017]. Disponible en: <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=YOM0uD4>

- SPIES, Werner y WIBDMÖLLER, Eva, 1988. *Andy Warhol, Cars, die letzten Bilder. Stuttgart*, 1988.
- STEVENSON, Robert Louis, 2001. *El extraño caso del Dr. Jekyll y Mr. Hyde*. Madrid: Anaya.
- TENA MARTÍNEZ, M^a Isabel, 1986. *La Máscara de la cara, la cara de la máscara*. Bilbao: Facultad de Bellas Artes.
- THOMPSON, John Brookshire, 1998. *Los Media y la Modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- TORRES, David G., 1996. “Desencuentros de identidad”. En la revista *Lápiz*, nº 121, pp. 45-51.
- WALTER, Benjamin, 2003. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México: Itaca.
- WARHOL, Andy, 1993. *Mi filosofía de A a B y de B a A*. Barcelona: Tusquetes.
- ZARZA, Víctor, 2008. “Luces y sombras, fotos y risas”. *Juan Francisco Casas* [en línea]. [Consulta: 26 enero 2017]. Disponible en: http://www.juanfranciscocasas.com/es/ficha_texto/13/1

Índice de Ilustraciones

1. Antonio Jesús Alcaide Pérez, 2017. *Mírenme I* [técnica mixta de acrílico y tinta sobre papel Canson]. 42x29'7 cm. Colección particular. Fotografía del autor.
2. Antonio Jesús Alcaide Pérez, 2017. *Mírenme II* [técnica mixta de acrílico y tinta sobre papel Canson]. 29'7 x 42 cm. Colección particular. Fotografía del autor.
3. Richard Prince, ca. 2014. *New Portrait* [fotografía]. Gagosian 980 Madison, Londres [consulta: 10 abril 2017]. Disponible en: http://greg.org/archive/2014/09/25/view_source_richard_princes_instagram_portraits.html
4. Bruce Nauman, ca. 1967/68. *Art Make-up (Arte maquillaje)* [videocreación]. Colección Sterdelijk Museum, Amsterdam [consulta: 25 enero 2017]. Disponible en: <https://es.pinterest.com/pin/59250551327358267/>
5. Martin Kippenberger, ca. 1981. *Diálogo con la Juventud (Dialog mit der Jugend)* [fotografía]. PPS Galerie, Hamburgo [consulta: 13 marzo 2017]. Disponible en: <https://artedeximena.wordpress.com/arte-contemporaneo/nuevos-salvajes/gc-dialogo-con-la-juventud-1981-martin-kippenberger-0004/>
6. Olek, ca. 2013. *Intervención sobre la estatua de "El Cid Campeador"* [intervención en el espacio público]. [consulta: 9 junio 2017]. Disponible en: <http://www.delimbo.com/wp-content/uploads/olek-el-cid-estatua-seville.jpg>
7. Kirsten Geisler, ca. 1996. *Who are you? (¿Quién eres tú?)* [video instalación]. Media Art History Museum, Karlsruhe [consulta: 5 mayo 2017]. Disponible en: <http://zkm.de/en/artwork/who-are-you>
8. Cindy Sherman, ca. 1983. *Sin título* [fotografía]. [consulta: 10 abril 2017]. Disponible en: <https://www.wikiart.org/en/cindy-sherman/fashion-123-1983>
9. Andy Warhol, ca. 1964. *Cuatro Jackies* [serigrafía sobre lienzo]. Colección privada de Nueva York [consulta: 10 abril 2017]. Disponible en: <https://www.mutualart.com/Artwork/FOUR-JACKIES/OE32B1338298C0F2>
10. Antonio Jesús Alcaide Pérez, 2017. *Shameless Award* [escultura fundida en bronce]. 16 x 14'5 x 35 cm. Colección particular. Fotografía del autor.
11. Antonio Jesús Alcaide Pérez, 2017. *Fotogramas de gif publicitario destinado a aparecer en redes sociales*. [gif animado, técnica digital]. Colección particular.
12. Antonio Jesús Alcaide Pérez, 2017. *Diseño publicitario de camiseta* [gif animado, técnica digital]. Colección particular.

